

**UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO USFQ**

**Colegio de Comunicación y Artes Contemporáneas**

**Campaña de comunicación “Feel the V”**

**Milena Daniela Velasco Puga**

**Comunicación Organizacional y Relaciones Públicas**

Trabajo de fin de carrera presentado como requisito  
para la obtención del título de  
Licenciada en Comunicación Organizacional y  
Relaciones Públicas

Quito, 19 de diciembre de 2021

**Universidad San Francisco de Quito USFQ**  
**Colegio de Comunicación y Artes Contemporáneas**

**HOJA DE CALIFICACIÓN**  
**DE TRABAJO DE FIN DE CARRERA**

**Campaña de comunicación “Feel the V”**

**Milena Daniela Velasco Puga**

**Nombre del profesor, Título académico**

**María José Enríquez Cruz, PhD**

Quito, 19 de diciembre de 2021

## **DERECHOS DE AUTOR**

Por medio del presente documento certifico que he leído todas las Políticas y Manuales de la Universidad San Francisco de Quito USFQ, incluyendo la Política de Propiedad Intelectual USFQ, y estoy de acuerdo con su contenido, por lo que los derechos de propiedad intelectual del presente trabajo quedan sujetos a lo dispuesto en esas Políticas.

Asimismo, autorizo a la USFQ para que realice la digitalización y publicación de este trabajo en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Nombres y apellidos: Milena Daniela Velasco Puga

Código: 00204445

Cédula de identidad: 1722633326

Lugar y fecha: Quito, 19 diciembre de 2021

## **ACLARACIÓN PARA PUBLICACIÓN**

**Nota:** El presente trabajo, en su totalidad o cualquiera de sus partes, no debe ser considerado como una publicación, incluso a pesar de estar disponible sin restricciones a través de un repositorio institucional. Esta declaración se alinea con las prácticas y recomendaciones presentadas por el Committee on Publication Ethics COPE descritas por Barbour et al. (2017) Discussion document on best practice for issues around theses publishing, disponible en <http://bit.ly/COPETHeses>.

## **UNPUBLISHED DOCUMENT**

**Note:** The following capstone project is available through Universidad San Francisco de Quito USFQ institutional repository. Nonetheless, this project – in whole or in part – should not be considered a publication. This statement follows the recommendations presented by the Committee on Publication Ethics COPE described by Barbour et al. (2017) Discussion document on best practice for issues around theses publishing available on <http://bit.ly/COPETHeses>.

## RESUMEN

Sólo un 65% de las mujeres llega al orgasmo durante el sexo, y sólo un 18% lo consigue con penetración. El placer femenino todavía está lleno de misterio. Palabras como masturbación no forman parte del lenguaje cotidiano entre amigos o conversaciones familiares (esta situación sí existe en los hombres), y crecemos pensando que, en una relación sexual, debemos satisfacer las necesidades de nuestra pareja dejando a un lado nuestro placer sin ni siquiera saber cómo llegar a él. En Ecuador, los estudios no son frecuentes ni generalizados. Pero uno de la Universidad de Cuenca dice que solo 6 de cada 10 mujeres está satisfecha con su vida sexual.

Palabras clave: Liberación sexual, masturbación femenina, placer.

## **ABSTRACT**

Only 65% of women reach orgasm during sex, and only 18% achieve it with penetration. Female pleasure is still full of mystery. Words like masturbation are not part of everyday language among friends or family conversations (this situation does exist in men), and we grow up thinking that, in a sexual relationship, we must satisfy the needs of our partner leaving aside our pleasure without even knowing how to reach it. In Ecuador, studies are neither frequent nor generalized. But one from the University of Cuenca says that only 6 out of 10 women are satisfied with their sex life.

Key words: Sexual liberation, female masturbation, pleasure.

## TABLA DE CONTENIDO

<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	<b>8</b>
<b>DESARROLLO DEL TEMA</b> .....	<b>9</b>
1. CAPÍTULO I ANTECEDENTES .....	9
1.1. PERSPECTIVA DE LA SEXUALIDAD FEMENINA GLOBAL .....	9
1.2. IMAGINARIOS SEXUALES. ....	10
1.3. BENEFICIOS DE LA MASTURBACIÓN. ....	13
2. CAPÍTULO II EL AUTOCONOCIMIENTO COMO BENEFICIO DE LA MASTURBACIÓN .....	14
2.1. LA EXPERIMENTACIÓN Y EL AUTOCONOCIMIENTO FEMENINO.....	14
2.2. LA MASTURBACIÓN FEMENINA.....	15
2.3. EL AUTOCONOCIMIENTO Y LA AUTOEXPLORACIÓN COMO MÉTODO DE PROTECCIÓN DE SALUD DE SEXUAL. 16	
2.4. EL AUTOCONOCIMIENTO COMO MÉTODO DE PREVENCIÓN DE SALUD PSICOLÓGICA. ....	17
3. CAPÍTULO III ¿CÓMO LA COMUNICACIÓN PUEDE SOLUCIONAR LA EXPRESIÓN DE LA SEXUALIDAD FEMENINA?.....	18
3.1. ¿QUE ES LA COMUNICACIÓN?.....	18
3.2. LA COMUNICACIÓN EN LA SEXUALIDAD. ....	19
3.3. COMUNICACIÓN COMO EJE DE CAMBIO SOCIAL .....	20
4. CAPÍTULO IV CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN “FEEL THE V” .....	22
4.1. ANTECEDENTES .....	22
4.2. METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN CUALITATIVA.....	22
4.3. PLANIFICACIÓN DE CAMPAÑA .....	25
4.3.1. OBJETIVO DE CAMPAÑA: .....	25
4.3.2. IDENTIDAD GRÁFICA: .....	25
4.3.3. PÚBLICO OBJETIVO DE LA CAMPAÑA: .....	26
4.3.4. PLANIFICACIÓN METODOLÓGICA DE CAMPAÑA:.....	27
4.4. EJECUCIÓN DE CAMPAÑA: .....	30
4.5. RESULTADOS DE LA CAMPAÑA .....	32
5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	33
<b>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b> .....	<b>34</b>

## INTRODUCCIÓN

El placer femenino todavía es un misterio para la sociedad. Palabras como masturbación no forman parte del lenguaje cotidiano entre amigos o conversaciones familiares (esta situación sí existe en los hombres), y crecemos pensando que, en una relación sexual, debemos satisfacer las necesidades de nuestra pareja dejando a un lado nuestro placer sin ni siquiera saber cómo llegar a él.

Un estudio de la organización de Salud Pública de Inglaterra, encontró que el 49% de las mujeres de 25 a 34 años no estaba satisfecha con su vida sexual. Un 29% de las que tenían entre 55 a 64 años dijeron lo mismo. Esa insatisfacción estaba muy relacionada con tener — o, mejor dicho, con no tener— orgasmos. En Ecuador, los estudios no son frecuentes ni generalizados. Pero uno de la Universidad de Cuenca dice que solo 6 de cada 10 mujeres está satisfecha con su vida sexual. En las mujeres menopáusicas, el resultado es peor: solo 3 de cada 10 lo están.

La tensión entre el peligro sexual y el placer sexual es una constante en la vida de las mujeres. La sexualidad es simultáneamente un dominio de restricción, represión y peligro, así como un dominio de exploración, placer y agencia. Es así como busco un mayor conocimiento sobre una misma, sobre el propio derecho al placer y como éste funciona educando y empoderando a las mujeres sobre su propio placer y los beneficios del mismo rompiendo los prejuicios y taboos sociales creados alrededor del tema.

## DESARROLLO DEL TEMA

### 1. Capítulo I Antecedentes

#### 1.1. Perspectiva de la sexualidad femenina global.

La concepción occidental actual de la vagina, se desarrolló en el siglo XIX: una vagina avergonzada, sexualizada en un sentido restringido y funcional y desacralizada; significados que hasta el día de hoy han sido heredados de manera intacta a la sociedad. (Wolf, 2012) En la actualidad se deduce que la sexualidad femenina se encuentra libre de prejuicios o imposiciones sociales, no obstante, el cuerpo de la mujer es tratado como un objeto sexual y evaluada en función de su apariencia física por parte de la sociedad, causando una baja noción personal y de las características propias de la mujer. Las teorías modernas, postuladas por Laura Mulvey en 1975, han llegado a la conclusión de que el sexo se ha construido en términos sociales desde la óptica masculina, haciendo que la funcionalidad de la mujer sea el satisfacer los deseos y fantasías de los hombres.

En buena parte del continente europeo la educación sexual no ha sido contemplada como una asignatura obligatoria de estudio, ya sea por presión por presión de grupos religiosos o sociales, que consideran que la misma no es imprescindible para el desarrollo moral y ético del individuo. Sin embargo, el placer sexual es uno de los grandes ausentes en los temarios de educación sexual. En los 21 países analizados por el último estudio de la Federación Internacional de la Planificación Familiar (IPPF) ninguno de ellos se incluía como una parte sustancial del temario.

Según Raquel Graña, sexóloga y youtuber española, la educación sexual se enfoca únicamente en una perspectiva negativa y restrictiva donde no se resaltan los beneficios del sexo. Además, la exclusión del placer sexual incide principalmente en las mujeres puesto,

según Graña, el modelo establecido por el patriarcado impone que se debe llegar al orgasmo únicamente a través de la penetración.

A pesar que la mujer y sexualidad han atravesado distintas etapas a través de la historia donde se han modificado sus posiciones sociales no está claro que esto haya repercutido positivamente en la forma de entender la sexualidad femenina. La legalización social de las mujeres para tener sexo no aumento el conocimiento sobre el propio placer, sino una creó una tendencia hacia la satisfacción del deseo masculino. Es así como la sexualidad para las mujeres está asociado a la exploración de los hombres sobre ellas y no a la propia masturbación. Según una encuesta realizada por el diario digital español Contexto y acción (Ferrerías, 2018) de 154 mujeres encuestadas, un 66,9% ha fingido alguna vez un orgasmo; los motivos principales alegados son “terminar antes el encuentro” (42,9%), “no herir los sentimientos de la pareja sexual” (35,2%) y “complacer a la pareja sexual” (13,3%). Cabe destacar que, del resto, varias indicaron que lo hacían por todos esos motivos a la vez.

Hoy en día, existen movimientos sociales e investigaciones acerca del placer femenino que tienen como intención el proporcionar herramientas a las mujeres para experimentar su sexualidad libremente. La plataforma web OMGyes, es el caso de éxito con más presencia en los medios, esta fue creada por grupo de expertos investigadores, sexólogos, cineastas e ingenieros en la cual se llevó a cabo la primera indagación a gran escala sobre el funcionamiento del placer sexual en la mujer.

## **1.2. Imaginarios Sexuales.**

El internet y la pornografía se emplean como fuentes de información que como consecuencia a la falta de educación sexual en los centros educativos. Según la investigación realizada por EuroNews en el año 2019 la pornografía empieza a ser consumida por los adolescentes de género masculino de manera general desde los 14 años, es así como 70% de los jóvenes entrevistados afirma haber visto vídeos pornográficos en Internet. (Manzanaro, 2019) El

peligro del uso de la pornografía como reemplazo de la educación sexual es la imitación de ciertas conductas y patrones violentos a hacia las mujeres incorporadas en las relaciones sexuales. Como consecuencia estas fuentes de información crean imaginarios sociales que condenan la sexualidad femenina, algunos ejemplos de ello son:

### ***Himen y la virginidad.***

La virginidad es una construcción social que ha limitado a las mujeres y estigmatizando su experiencia sexual. Estas concepciones tienen consecuencias psicológicas y emocionales. Desde hace siglos, este ha sido un concepto que se le ha otorgado erróneamente su condición por el hecho de ser catalogado socialmente como una cualidad positiva de las mujeres. Por ello, quienes no se conservaban ‘intactas’ y ‘puras’ eran objeto de repudio y provocaban la deshonra de sus familias.

Mientras que a los hombres se los caracteriza por ser un individuo impulsivo y sexualmente explosivo, donde las relaciones sexuales para este género es casi una necesidad vital, las mujeres son expuestas como organismos pasivos del sexo, donde el dolor es normalizado y las practicas alternas y placenteras del sexo entorno al género femenino no son mencionadas. Es así como la virginidad está relacionada con el modelo de sexualidad moralista la cuál es solamente implantada en las mujeres.

La idea de virginidad se relaciona con el himen y su rompimiento. Sin embargo, el himen es una membrana finita situada en la entrada de la vagina. Éste suele tener un agujero por donde sale la regla, si no lo tiene, hay que hacerlo. A veces el agujero es más elástico, por lo que el himen no se fisura. A veces se estira y abre haciendo actividades que no tienen nada que ver con algo sexual. En las primeras relaciones sexuales con penetración, se puede abrir y estirar de manera que cause un dolor y sangrado. (Esclapez, 2020)

### ***Sexo con fines reproductivos.***

La sexualidad se forja de manera unísona con la identidad de género considerando las reglas, que, con respecto a la sexualidad, se confieren de manera distinta tanto a mujeres como hombres. El desempeño de los roles de género comienza a temprana edad, siendo este un proceso que durara a lo largo de la vida del individuo dependiendo de su sociedad, cultura, nivel económico o contexto histórico, lo cuales se reafirman en base a instituciones sociales como son las escuelas, los medios de comunicación, la legislación, la familia, la iglesia entre otros.

Por esta razón, la sociedad ha marcado los roles y expectativas del género femenino definiendo desde sus juegos infantiles hasta la elección de sus profesiones futuras. Es así cómo estas acciones limitan la expresión de la sexualidad femenina expropiándola de su propio sexo, desprestigiando sus geniales y callando sus experiencias sexuales. En el Ecuador siguiendo la tradición judeo-cristiana, la mujer posee una dualidad moral. El primer tipo de mujer según esta teoría envuelve en engaños al hombre para caer en la tentación, al igual que Eva. Por otro lado, la mujer ideal es la Virgen, la madre como María. De esta manera ambas figuras establecen mandatos sociales que condenan y restringen las acciones de la mujer por un juicio cultural, el cual las prepara para la maternidad, pues su única función al momento de tener sexo, limitando la expresión de su conducta sexual, preparándolas para satisfacer y atender necesidades de otros.

### ***El hombre y la masturbación.***

El órgano sexual masculino a lo largo de la historia ha sido socioculturalmente relacionado con el deseo sexual dando como resultado la percepción del sexo como una necesidad vital del género masculino. Los resultados de diversas investigaciones indican que la masturbación masculina suele practicarse con mayor intensidad, comenzando desde la etapa de la adolescencia sin tener límite de edad puesto que existen hombres los cuales superan los 70 años de edad y continúan esta práctica sexual.

No obstante, pese a que es más común dialogar sobre la masturbación masculina, ya que se conoce por ser más frecuente, los individuos consideran que masturbarse puede llegar a interferir negativamente con sus creencias religiosas, espirituales o culturales provocando que experimenten sentimientos de culpa.

### **1.3. Beneficios de la masturbación.**

A pesar del basto conocimiento de los tabús y las restricciones que existe alrededor del orgasmo y la sexualidad femenina, no existe la difusión masiva de sus beneficios.

#### ***A. Alivia con los dolores menstruales.***

Las sustancias segregadas por al tener un orgasmo actúan de manera analgésica contra los dolores menstruales. Además, en la etapa menopáusica de la mujer la masturbación favorece la lubricación y reduce la sequedad del tejido vaginal, lo que nos da a entender que la masturbación y sus beneficios no se restringen por edades.

#### ***B. Fortalece el sistema inmune.***

El sistema inmunológico aumenta su funcionamiento en individuos que experimentan un mayor número de orgasmos, haciéndolos que posean mayores niveles de inmunoglobina A (IgA), que es la primera línea de defensa contra los resfriados y la gripe. Además, en las mujeres, al momento de la excitación existe una apertura del cuello uterino el cual mejora la circulación de fluidos y permite expulsar bacterias.

#### ***C. Mejora el sueño.***

Varias investigaciones descubrieron que la corteza cerebral entra en reposo al llegar al orgasmo. Lo cual ayuda a mantener el equilibrio energético, molecular e intelectual de una persona. Es así como los componentes químicos liberados durante el orgasmo, también están asociados con el sueño, especialmente la hormona “melatonina”, encargada de regular el reloj corporal.

#### ***D. Reduce la probabilidad de padecer disfunciones sexuales.***

Según un estudio realizado por María Esclapez, la masturbación ayuda a superar barreras psicológicas que conducen a anomalías sexuales al proporcionar un mejor conocimiento de la propia anatomía. Por esta razón se concluye que cuanto más te masturbas mejor es tu autoconocimiento, y cuanto más autoconocimiento, mejor control.

#### ***E. Mejora las relaciones de la pareja.***

Socialmente existe la creencia social que la masturbación arruina la relación sexual con la pareja. Sin embargo, el masturbarse favorece un buen sexo, ya que al hacerlo la persona aprende mucho sobre su cuerpo, sus reacciones, sus estímulos sexuales, enseñanzas que podrá comunicar a su pareja volviendo al coito una experiencia mucho más placentera para ambos.

## **2. Capítulo II El autoconocimiento como beneficio de la masturbación**

### **2.1. La experimentación y el autoconocimiento femenino.**

La Inteligencia en el ámbito sexual es cuando una persona muestra aptitud para aprovechar la sexualidad plenamente. La sexualidad no se limita simplemente a las áreas genitales o la capacidad reproductiva de un individuo, la sexualidad involucra tanto al ámbito emocional como físico del ser humano, y el autoconocimiento de ambos influencia en la percepción personal lo que implica el bienestar integral.

El placer es una percepción personal consciente, la cual requiere de autoconocimiento de nuestra identidad y nuestra propia genitalidad para crear nuestro mapa erótico. (Morgado, 2019) Usualmente, la exploración es el último método que se emplea el momento de indagar dentro del plano físico y sexual de la mujer. Durante varios siglos las mujeres han desconocido su propia anatomía en un 50%, desconociendo hasta las funciones que realizan sus órganos, por ejemplo, la menstruación representaba para muchas mujeres un evento muy traumático, porque no sabían lo que estaba ocurriendo con su cuerpo. Según la sexóloga ecuatoriana Manuela Sánchez cree que es saludable para las mujeres el conocer su cuerpo y el cómo funciona para disfrutar de su sexualidad. De esta manera la mujer tiene la

oportunidad de crear conocimiento de ella misma y no simplemente aceptar conceptos o teorías que se han desarrollado tanto socialmente como culturalmente.

La relación entre la autoestima y el comportamiento sexual es detonante en experimentar una sexualidad en plenitud, e influenciar en la relación de un individuo con su cuerpo. Es así como dentro del sexo la actitud hacia nosotros mismos es fundamental por esta razón la experimentación y el descubrimiento de las sensaciones que aumenten el deseo sexual, por esta razón el poder entender, vivir y gozar una sexualidad plena, es importante que la mujer entienda y asuma que el placer es personal.

*“Cuando la mujer asuma el placer erótico como propio, sepa cómo encontrarlo y buscarlo dentro de sí misma, no tendrá necesidad de fingir el orgasmo; incorporando así su propia sexualidad femenina desde su lugar, sin tener que repetir los estereotipos y roles sexuales heredados de cientos de generaciones atrás” – De Béjar, 2006*

Es así como la experimentación plena de la sexualidad se consigue por medio de un elevado concepto de sí mismo, estar informado, poseer un vasto conocimiento de sus preferencias seriales, además de adquirir información sobre sexualidad, ya que esto permite romper prejuicios y actitudes que no colaboran con el buen desarrollo sexual. (Chávez, 2006)

## **2.2. La masturbación femenina.**

La etapa con mayor exploración genital del ser humano es la pubertad, sin embargo, el estudio sobre la sexualidad humana por parte de la empresa Hite, menciona que existen casos donde la masturbación da inicio durante la infancia. De hecho, la exploración del propio cuerpo es una etapa específica del desarrollo infantil. Mientras que los niños juegan con su pene y lo comparan, las niñas pueden frotar sus genitales contra un objeto y explorar la vulva con las manos. La diferencia anatómica determina la diferencia de frecuencia de masturbación entre géneros siendo esta menor en las mujeres, puesto que los hombres poseen genitales externos los cuales son más evidentes al momento de la masturbación y el descubriendo del placer.

Como lo hemos mencionado en el capítulo anterior la sexualidad femenina ha sido reprimidas y castigada socialmente y por esta razón la desinformación sobre el tema es común. La falta de autoconocimiento y de recursos educativos útiles para el sexo femenino hacen que la masturbación y el orgasmo sean conceptos sociales relacionados exclusivamente con el hombre e inclusive que el placer de la mujer dependa de la intervención de alguien más.

La autoexploración ayuda a encontrar zonas erógenas, por ejemplo, el clítoris, el cual es el órgano que sirve única y exclusivamente para el placer y solo está presente en los cuerpos de las mujeres biológicas, la mayoría de los esfuerzos a masturbatorios se centran dentro de esta zona. Además, dentro de la vagina, específicamente en la pared anterior a 5 centímetros de profundidad, muchas mujeres poseen una área sensible y estimulante llamado el punto G. Para disfrutar y descubrir las diversas áreas erógenas del cuerpo femenino se pueden con las manos en diversas direcciones, juguetes sexuales o estimulación visual. La masturbación es un tema personal, por lo tanto, comprender las técnicas de masturbación femenina y hablar sobre estas técnicas puede ayudar a llenar el vacío de información. (Andonella, 2018)

### **2.3. El autoconocimiento y la autoexploración como método de protección de salud de sexual.**

El autoconocimiento del cuerpo y la autoexploración de forma regular ayuda a conocer como es nuestro cuerpo normalmente y así detectar cualquier posible cambio. En el caso de las mujeres el cáncer de mama es la principal causa de muerte en el mundo para el género femenino, y también es la segunda causa principal de muerte entre las mujeres en el Ecuador. El autoexamen de mama es un método básico para el diagnóstico precoz del cáncer de mama, por lo que constituye una herramienta de prevención de esta entidad, por esta razón la autoexploración ha reducido las cifras de muerte por cáncer de mama puesto que es una técnica basada en la observación y palpación, convirtiendo a este método una ayuda en detectar cambios.

Por otro lado, las anomalías corporales ubicadas en la zona genital, pueden ser causadas por enfermedades de transmisión sexual (ETS), estas son infecciones que se contagian de una persona a otra durante sexo vaginal, anal u oral. Por esta razón, el conocer bien nuestro cuerpo, los genitales el cómo se ven y el cómo funcionan normalmente pueden colaborar en detectar enfermedades, puesto que cualquier practica sexual conlleva un riesgo de contagiarse.

#### **2.4. El autoconocimiento como método de prevención de salud psicológica.**

El maltrato psicológico se define como cualquier tipo de comportamiento de carácter verbal que agrede a la estabilidad emocional de la víctima, de forma continua, el cual tiene como objetivo el objetivo es hacer sufrir a la víctima mediante la intimidación, culpabilidad o la desvalorización. Esta última es la base de diversos problemas psicológicos que representan un gran impacto en la salud pública afectando de la misma manera el ámbito laboral, económico, social y familiar. Según la INEC en el Ecuador 1 de cada 4 mujeres ha vivido violencia sexual, sin embargo, la violencia psicológica es la forma más recurrente de violencia de género con el 53,9%. (INEC, 2008) De esta manera la violencia tiene un efecto adverso en la salud de la mujer, incluida la salud sexual y reproductiva, la salud emocional y la dignidad. Por ello, en la sexualidad es importante cultivar una la autoestima porque no hay nada más íntimamente relacionado con este ámbito que la percepción de una misma. La autoestima puede expresarse de varias formas como las siguientes:

*El Autorrespeto:* Es el respeto que tienes hacia ti misma. Lo practicas cuando te tratas bien.

*El Autoconcepto:* Se refiere a cómo te percibes, la imagen que tienes de ti misma.

*La Autoaceptación:* Es la aceptación de lo bueno y lo malo que percibes de ti misma, de lo que puedes cambiar y lo que no. Se trata de entender que no eres perfecta y que tienes que valorar aquello de lo que ya dispones.

*El Autoconocimiento:* Es el conocimiento propio, supone conocer cualidades y defectos para apoyarte en los primeros y mejorar los segundos.

Es así como la autoestima se interrelaciona con el autoconocimiento, puesto que el conocerse y crear lazos de placer con su propio cuerpo conlleva a una conexión íntima de aceptación y amor propio haciendo que la mujer pueda experimentar y valorar con plenitud su sexualidad y su identidad, disminuyendo de esa manera las probabilidades de padecer algún tipo de violencia. (Esclapez, 2020)

### **3. Capítulo III ¿Cómo la comunicación puede solucionar la expresión de la sexualidad femenina?**

#### **3.1. ¿Que es la comunicación?**

El rumbo de la sociedad se visto determinando por varias habilidades y destrezas que han desarrollado el ser humano mediante la evolución. Las personas son seres sociables que viven en colectividad, los mismos que necesitan constantemente recibir y emitir información lo que les permite organizarse. Las sociedades no existirían si el hombre no fuera capaz de transmitir sus pensamientos a través del tiempo y del espacio. Los hombres primitivos se relacionaban por medio de gestos y gruñidos, los cuales servían para coordinarse.

Los hechos realizados, las experiencias del pasado, los aciertos y los errores, las enseñanzas de la humanidad se conservan gracias a los diferentes sistemas y métodos de comunicación. Dichos métodos se han ido formándose a través de las distintas eras en un proceso paulatino interrumpido con frecuencia por obstáculos. Actualmente, en el mundo en el que vivimos, evolucionado y con una enorme riqueza cultural, la comunicación entre personas exige disponer de una elevada capacidad de intercambio de información. Es así como las tecnologías hacen posible que el intercambio de de información se rápido y fluido, lo que sucede a miles de kilómetros nos puede llegar a afectar tanto como aquello que sucede en nuestro entorno inmediato.

La expresión verbal cobra relevancia, no solo como herramienta de entendimiento, sino como elemento cultural en un mundo donde los mensajes escritos y hablados tienen cada vez más canales a su disposición. La comunicación es de suma importancia para que el individuo logre integrarse plenamente a la sociedad. En todo proceso de comunicación existen el emisor, el receptor, el código y los canales, es decir los elementos de la comunicación .

### **3.2. La comunicación en la sexualidad.**

Como lo hemos mencionado en capítulos anteriores, actualmente existen fallos en la educación sexual y en como la sociedad desvaloriza la sexualidad femenina, dejándola de lado como un tema de poca importancia, por esta razón podemos decir que la comunicación para educar sobre estos temas debe ir cargada de conocimiento científico y social. De esta manera se trabaja en modificar estereotipos culturales establecidos.

Dentro de la sexualidad, la comunicación puede exponer ideas y derechos que poseen todos los seres humanos para generar un cambio informativo y social que modifique las actitudes a sectores seleccionados previamente. De esta manera al hacer público los beneficios de conocerte a ti mismo, experimentar placeres diferentes y tener claro el concepto de consentimiento es primordial. Normalizar e interiorizar esto nos brindará seguridad, autoestima estable y no habrá problemas psicológicos, alimenticios o de vulnerabilidad física.

Por otro lado, al momento de experimentar Alberto Orlandini en uno de sus libros, nombra diferentes formas de comunicación que son empleadas en este campo. Las 3 primordiales son: Comunicación auditiva, comunicación táctil y comunicación visual.

La Comunicación auditiva representa la voz humana y el vínculo de comunicación simbólica (Lenguaje), y de comunicación no simbólica (paralenguaje).

Este último se expresa a través de volumen de voz, timbre, velocidad o actitud emocional frente al otro.

Muchas mujeres experimentan muchas veces el "silencio sexual" cuando no existe diálogo y expresividad durante el acto hay repercusiones para el sexo y para el amor. Muchos educadores sexuales recomiendan a las personas expresen lo que sienten durante el sexo, gemidos, jadeos, gritos si lo desean, y aseguran que la habitación no debe ser un lugar silencioso.

La Comunicación táctil es de suma importancia pues es el tacto y los gestos se pueden experimentar con manos, boca, órganos sexuales y se reciben en toda la piel incluso en la mucosa de los orificios corporales. Es normal que, al no haber caricias, o la insuficiencia en calidad y cantidad, sea el motor de muchas insatisfacciones, o de enfermedades sexuales.

Por último, la Comunicación Visual son las expresiones en la cara. El rostro es uno de los aparatos mayor movilidad y flexibilidad de nuestro cuerpo. El 75% de las señales o insinuaciones no verbales se dan a través de la mirada. Los movimientos del cuerpo aportan a la seducción, el galanteo y expresan el nivel de placer.

### **3.3. Comunicación como eje de cambio social**

En la actualidad contamos con varios canales que mantienen la comunicación latente entre personas, entregándonos la posibilidad de estar constantemente informados. Sin embargo, la tecnología por sí misma no marca diferencia alguna. El número de dispositivos electrónicos no equivale al número de canales de comunicación ni a las personas que logran transmitir mensajes, por esta razón los cambios sociales comienzan al comprender a las personas sus las costumbres, las tradiciones y necesidades locales.

La comunicación nos permite el intercambio de información, así interactúan infiriendo en el comportamiento humano. Además, se establece una relación por medio de la cual el

individuo tiene la posibilidad de comunicarse, exponer, modificar ideas y prácticas de otros. Es decir, toda comunicación conllevará una modificación inminente. La comunicación ha contribuido en cambios y movimientos sociales gracias a la participación de integrantes colectivos lo que se denomina como proceso de crecimiento comunitario. Los ciudadanos son responsables de transmitir necesidades de la sociedad dando como resultado propuestas de acción, así comienza el cambio social, la preocupación por la cultura y el diálogo bidireccional entre los sujetos y expertos del desarrollo.

Como capacidad de persuadir conductas, el diálogo bidireccional da paso a la aplicación de estrategias de comunicación y marketing en distintas situaciones, mismas que se utilizan en entornos empresariales. Según esta lógica, el objetivo principal de la comunicación es vender organización a la sociedad. Por tanto, la negligencia de la comunicación social orientada a la justicia provocó el desplazamiento del eje prioritario a los socialmente desfavorecidos.

De esta manera definimos que la comunicación es una herramienta de transformación social, la misma que se ve evolucionando a la de los avances tecnológicos y tendencias. Sin embargo, podemos mencionar que otra área que actúa de la misma manera y colabora con la comunicación, es la educación. La relación que existen en ambas áreas se denomina educomunicación. La educomunicación busca crear cambios culturales mediante concientización, suministro de herramientas y conocimientos conductuales, los cuales se llevarán a cabo en práctica en la sociedad.

Durante este trabajo trabajaremos con la comunicación como un método de transformación cultural a favor de la liberación sexual y el placer femenino, como método de empoderamiento, autoconocimiento y salud de la mujer. El objetivo de esta tesis es educar y empoderar a las mujeres sobre su propio placer y los beneficios del mismo. Además, el propósito es romper prejuicios y taboos sociales que se encuentran alrededor del tema creando espacios de diálogo y de conocimiento que impulsen la curiosidad hacia el

autoconocimiento y el placer de la mujer, sin miedo a ser juzgadas por conocer sus gustos y su cuerpo.

#### **4. Capítulo IV Campaña de Comunicación “Feel the V”**

##### **4.1. Antecedentes**

Tras el análisis de nuestro marco teórico, podemos declarar que el placer femenino y el cómo encontrarlo aún es misterio socialmente. Debido a las construcciones sociales que han denominado a la mujer como un ser romántico que posee fines únicamente reproductivos y maternales, dejando de lado así su autonomía y el empoderamiento de poder sentir su cuerpo con libertad.

Es así como podemos determinar que las enseñanzas, como los pensamientos culturales, y la educación sexual que es impartida actualmente en nuestro país han sido los principales motivos a que esto mantenga su vigencia. Por lo tanto, al momento que la educación se alimenta por la comunicación, puesto que la comunicación es el medio por el cual se transmiten ideas y pensamientos que trascienden el tiempo y el espacio, debemos implementar la misma metodología para que de esta manera se puedan destruir los mitos sociales que impiden que la mujer pueda experimentar sin barreras el placer.

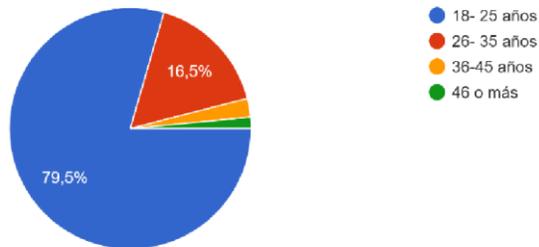
Por ende, la campaña que se llevará a cabo a continuación responderá a dos objetivos de desarrollo que son: la igualdad de género y la reducción de desigualdades. Puesto que hemos visto que para los hombres se les considera sexualmente común que lleven a cabo una masturbación, por lo que se les considera sexualmente impulsivos. Mientras que a la mujer ni siquiera se le puede concebir que sea capaz de llegar a un orgasmo sin la intervención de alguien más.

##### **4.2. Metodología de investigación cualitativa**

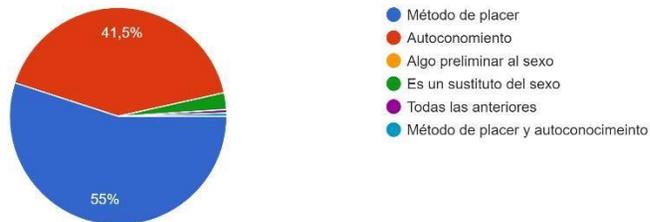
Al momento de realizar la investigación que sustentaran el concepto de la campaña, la dividimos en entrevistas y encuestas que nos dieron a conocer el campo de conocimiento de las actitudes y acciones que se realizaban alrededor del tema para así poder determinar el concepto de la campaña más adelante. Estos fueron los resultados:

***Investigación Cualitativa – Encuesta (Hallazgos Importantes):***

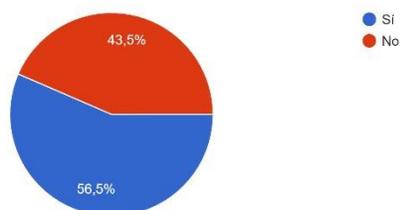
Edad  
200 respuestas



¿Cuáles de estas definiciones se alían a tu concepto de la masturbación?  
200 respuestas



¿Alguna vez utilizaste material pornográfico como método de enseñanza? (ejemplo: videos, revistas)  
200 respuestas



¿Conocías que existen pruebas que demuestran que llegar al orgasmo reduce a la mitad alguna dolencia?  
200 respuestas



De esta manera tras realizar nuestra encuesta a un grupo de muestra de 200 personas, pudimos descubrir que nuestros públicos objetivos eran mujeres de 18 a 25 años de edad, las cuales definían a la masturbación como un método de autoconocimiento y placer, donde el 42% de ellas no conocían de los beneficios de la autoexploración y se habían educado mediante videos pornográficos.

### *Investigación Cualitativa – Entrevista:*



Por otro lado, con la entrevista que se llevó a cabo con la Dra. Mónica Ortiz nos dio a conocer que la sexualidad no solamente implica un acto sexual, la

sexualidad radica en el cómo formamos nuestra identidad y el cómo la expresamos socialmente, es ahí donde radica su importancia. Además, pudimos entender que comunicacionalmente no se puede imponer una masturbación, puesto que la sexualidad es tan diversa que el tocarse no es para todo el mundo, es así como esta entrevista direcciono de manera más adecuada a la campaña, haciendo que el punto de enfoque sea la auto exploración y el autoconocimiento de nuestro propio cuerpo como mujeres.

### **4.3. Planificación de campaña**

#### **4.3.1. Objetivo de Campaña:**

Es de esta manera que nace “Feel the V”, una campaña educomunicacional la cual busca el incentivar la autoexploración y el placer femenino, dando a entender el concepto que el placer es el algo cotidiano, el mismo que empieza desde disfrutar una taza de café en la mañana o simplemente escuchar una canción que nos hace feliz. Demostrando así que, si conocemos nuestros propios gustos para conocer darnos estos pequeños placeres, porque no conocer que nos gusta de nuestro cuerpo y así poder aprender, conocer y sentir la V.

Por esta razón “Feel the V” posee tres objetivos claves:

- El **visualizar** el problema
- El **educar** y generar conocimiento sobre el placer sexual
- **Crear** una comunidad segura donde se pueda hablar sin tabúes sobre el placer femenino.

#### **4.3.2. Identidad Gráfica:**

**Logo:**



El logo de “Feel the V” emplea una tipografía juvenil, donde el nombre no se encuentra en mayúsculas puesto que se busca el sentimiento de comodidad. Por otro lado, el isotipo de la campaña da a denotar la V con los dedos, puesto que la V significa Vagina, además el corazón que se encuentra entre los dedos da la connotación del clítoris, puesto que entre los labios vaginales se encuentra este órgano que es responsable del placer femenino.

#### 4.3.3. Público objetivo de la campaña:



Nuestro público objetivo son las mujeres entre los 18 a 55 años de edad. A pesar que parezca un grupo demográfico muy extenso su inclusión se justifica puesto que el primer grupo, son las mujeres que están experimentando sus primeras exploraciones sexuales mientras que el otro grupo son mujeres que han sido criadas bajo un sistema castrante donde las experiencias sexuales previas al matrimonio se castigaban. Por esta razón ambos grupos deben tener dudas y preguntas que pueden llegar a limitar su experiencia con el placer.

Por otro lado, para las siguientes fases de la campaña se establecieron 3 actores más, el primero locales que se dirijan a diversos sentidos, como son el olfato, el gusto, la vista, etc para poder generar una fase expectativa junto a ellos. Posteriormente los y las sexólogos que se entrevistarían como método investigativo y educativo para la precampaña y la fase informativa donde responderán las dudas de nuestras seguidoras. Y, por último, pero no menos importante las colaboraciones con tiendas dedicadas al placer, puesto que sabemos que nuestro público objetivo puede llegar a buscarlos al momento de querer respuestas y con su divulgación y participación podemos llegar con respuestas y métodos que se puedan implementar al buscar el placer.

#### **4.3.4. Planificación metodológica de campaña:**

ESTRATEGIAS	MENSAJE	TÁCTICAS
-------------	---------	----------

<p>Realizar una campaña de comunicación interna. Primera Fase: Expectativa (Visualizar)</p> <p>Segunda Fase: Informativa</p>	<p>“Si puedes sentir los olores/ los sabores porque no sentir la V”</p> <p>Educar por medio de post a la comunidad creada en Instagram para que esta manera se rompan los tabúes de hablar acerca de un</p>	<p>Para nuestra primera fase creamos alianzas estratégicas con empresas que se dirijan a los sentidos del olfato y el gusto por medio de una estrategia de RRPP entregando bolsas que se utilicen dentro de sus locales. Dichas fundas poseen dos stickers, una con un QR que poseía información de la campaña y otro con el mensaje anteriormente expuesto. Además, se realizó una alianza con la ilustradora, Lyona Ivanova para poder utilizar sus ilustraciones a lo largo de la campaña.</p> <p>Post informativos y entrevistas posteadas en nuestras redes sociales.</p>
--	---	--



#### 4.4. Ejecución de Campaña:

##### Fase Expectativa- Visualizar:

@FEELTHEV\_EC

feel the V

@FEELTHEV\_EC

Hoy en día las mujeres tienen miedo de explorar su cuerpo, su sexualidad y su intimidad, porque todavía existen muchos tabúes que llaman a la masturbación un pecado o algo denigrante. Y por miedo a ser juzgadas, evitan conocerse a sí mismas. El placer femenino todavía está lleno de misterio. Palabras como masturbación no forman parte del lenguaje cotidiano entre amigos o conversaciones familiares (esta situación sí existe en los hombres), y crecemos pensando que, en una relación sexual, debemos satisfacer las necesidades de nuestra pareja.

Sólo un 66% de las mujeres llega al orgasmo durante el sexo, y sólo un 18% lo consigue con penetración. En Ecuador, los estudios no son frecuentes ni generalizados. Pero uno de la Universidad de Cuenca dice que solo 6 de cada 10 mujeres está satisfecha con su vida sexual.

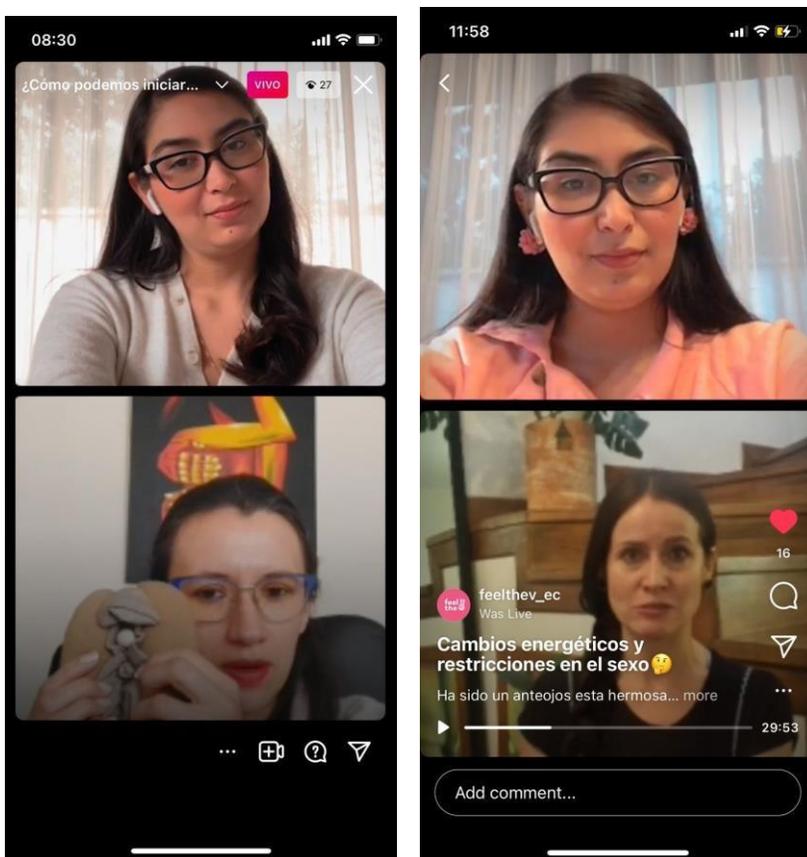
"Feel the V" es una campaña comunicacional en busca de incentivar a la autoexploración y placer femenino. El placer es algo común que experimentamos día tras día, cuando disfrutamos de un chocolate, o un delicioso olor inunda nuestra nariz, al escuchar una canción o quedarnos maravillados por una película, cada uno de estos es un placer y lo disfrutamos...

Si entendemos que el placer es algo tan natural y conocemos nuestros propios gustos, ¿por qué no tomar el gusto de nuestro propio cuerpo? Te invitamos a formar parte de nuestra campaña. Aprende, conoce y siente... siente la V.





Ilustración 1- Fase Informativa- Educar



*Ilustración 2- Fase Informativa- Educar.*

#### 4.5. Resultados de la campaña

De esta manera podemos decir que hemos cumplido todos nuestros objetivos planteados con anterioridad generando visualización de la campaña por medio de alianzas estratégicas con locales comerciales, educar a 914 seguidores acerca del placer femenino mediante nuestros segmentos y entrevistas, y creando nuestra comunidad internacional (con presencia en EEUU, Colombia, España y Ecuador) con más de 1309 interacciones donde se cuentan 818 Likes, 72 guardados de post, 233 comentarios y especialmente 95 preguntas que han sido contestadas por medio de nuestras entrevistas o de acuerdo a investigaciones previas.

## **5. Conclusiones y recomendaciones**

Es así como me gustaría concluir que a pesar de que somos una sociedad donde hemos crecido y nos han inculcado la idea de que el cuerpo femenino está destinado a la maternidad y la procreación no le hemos dado el valor que se merece. No hemos sido capaces de empoderar al cuerpo que ha dado a luz a miles de civilizaciones a lo largo de la historia de la humanidad. Con “Feel the V” he podido darme cuenta que las mujeres estamos listas para alzar nuestra voz, para romper el miedo y la vergüenza que existe alrededor de nuestra genitalidad y que estamos dispuestas a aprender la verdadera sensación de nuestra V. Recomiendo que los medios tradicionales se abran a tocar estos temas, y que sean mujeres que lideren estas conversaciones, puesto que quien mejor que nosotras para entender lo que hemos vivido y lo que nos han hecho creer. No es una exclusión del hombre, es un empoderamiento de lo que ya es nuestro, nuestro cuerpo, nuestra V.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Esclapez, M. (2020). *Ama tu sexo*. Barcelona: Penguin.
- Ferreras, E. (11 de 4 de 2018). *Contexto y Acción*. Obtenido de ¿Qué pasa con la sexualidad femenina?: <https://ctxt.es/es/20180411/Politica/18927/Mujeres-sexualidadfeminismo-placer-cuerpo.htm>
- Ignacio González Labrador, E. M. (2001). Mitos y tabúes en la sexualidad humana. *Revista Cubana de Medicina General Integral*.
- Manzanaro, S. S. (11 de 7 de 2019). *EURO NEWS*. Obtenido de La educación sexual perpetúa el tabú del placer femenino en Europa: <https://es.euronews.com/2019/07/11/la-educacion-sexual-perpetua-el-tabu-delplacer-femenino-en-europa>
- Wolf, N. (2012). *Vagina*. Barcelona: Kairos.
- Andonella, P. y. (2018). *Amiga date cuenta*. Ciudad de Mexico : Planeta.
- Chávez, L. A. (2006). *Descubra la inteligencia en lo sexual* . Buenos Aires: La grulla.
- Esclapez, M. (2020). *Ama tu sexo*. Barcelona: Penguin.
- INEC. (2008). *Encuesta Nacional de Relaciones Familiares y Violencia de genero contra la mujer*. Quito.
- Morgado, I. (2019). *Deseo y Placer*. Barcelona: Ariel.